

## ABSTRACT

*PT. Tigamata Indonesia is a company in the field of graphic design services or creative industries. Actually PT. Tigamata Indonesia arguably the new company. Because before standing up with their own company name PT. Tigamata Indonesia has become a business entity that already has quite a lot of customers. This PT. Tigamata Indonesia takes the role of public relations to manage the communication with customers. **The purpose** of this research was to determine the public relations strategy of PT. Tigamata Indonesia in the relationship between the company's communication with customers. **Method applied** is descriptive qualitative. **Analysis applied** by using a technique that consists of data collection, data reduction, data display and conclusion. There are some **results** such as PT. Tigamata Indonesia has done public relations strategy in the form of communication through a variety of media to engage with customers. **Conclusions** PT. Tigamata Indonesia, has not reached the public relations strategy is clearly due to the lack of knowledge of the field of public relations firms. needed a communications system that has been structured so that the communication can be managed better and achieve maximum results. Therefore PT. Tigamata Indonesia takes the concept of customers relationship management (CRM) to enhance public relations strategy that has been owned by the company*

*Keywords: Strategy, organization communications, public relations, customers relationship management (CRM)*

## ABSTRAK

*PT. Tigamata Indonesia merupakan sebuah perusahaan dibidang jasa desain grafis atau industri kreatif. Sebenarnya, PT. Tigamata Indonesia bisa dibilang bukanlah perusahaan baru, karena sebelum berdiri dengan nama perusahaan sendiri, PT. Tigamata Indonesia sudah menjadi badan usaha yang sudah memiliki pelanggan cukup banyak. Dengan demikian, PT. Tigamata Indonesia membutuhkan peran public relations untuk mengelola hubungan komunikasi dengan pelanggannya. **Tujuan penelitian** ini adalah untuk mengetahui strategi public relations PT. Tigamata Indonesia dalam melakukan hubungan komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan. **Metode yang digunakan** adalah kualitatif-deskriptif. **Analisa data** menggunakan teknik yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, display data dan kesimpulan. **Hasil penelitian** yang didapat adalah PT. Tigamata Indonesia sudah melakukan strategi public relations berupa komunikasi melalui berbagai media untuk menjalin hubungan dengan pelanggannya. **Simpulan** PT. Tigamata Indonesia belumlah mencapai strategi public relations secara jelas karena minimnya pengetahuan perusahaan terhadap bidang public relations. Diperlukan sebuah sistem komunikasi yang lebih terstruktur agar hubungan komunikasi tersebut dapat dikelola lebih baik dan mencapai hasil yang maksimal. Oleh karena itu, PT. Tigamata Indonesia membutuhkan konsep Customer Relationship Management (CRM) untuk menyempurnakan strategi public relations yang sudah dimiliki oleh perusahaan.*

*Kata kunci: strategi, komunikasi organisasi, public relations, customers relationship management (CRM)*